

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil analisis kualitatif sebagaimana diketahui analisis kualitatif adalah analisis data yang dihimpun berdasarkan cara-cara yang melihat proses suatu objek penelitian. Data semacam ini lebih melihat kepada proses dari pada hasil karena di dasarkan pada deskripsi proses dan bukan pada perhitungan matematis. Dari hasil penelitian yang dilakukan di dapat hasil bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah cukup baik. Walaupun ada salah satu variabel yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan, hal ini terjadi karena pada saat di lakukan pengujian pada uji t (uji parsial) ditemukan bahwa variabel presentasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terjadi karena $t \text{ hitung } (0,536) < t \text{ tabel } (1,986)$ dan $\text{Sig. } (0,593) > 0,05$. Dan ini artinya variabel presentasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh kesimpulan bahwa enam variabel independen yang terdiri dari Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Presentasi, dan Pelayanan secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hal ini terjadi karena $F \text{ hitung } (29,675) > F \text{ tabel } (2,198)$ dengan $\text{Sig. } (0,000) < 0,05$. Dan ini artinya adalah

bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Sedangkan pada saat dilakukan uji regresi secara parsial tidak semua variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen seperti dijelaskan di atas.

Penjelasan dari masing-masing variabel di jelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Personal mempengaruhi berfluktuasinya keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Kiosk 999 Pekanbaru, sedangkan satu variabel lagi (presentasi) tidak mempengaruhi. Dari enam variabel tersebut yang paling dominan mempengaruhi berfluktuasinya keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Kiosk 999 Pekanbaru adalah variabel produk. Hal ini ditunjukkan melalui nilai t hitung variabel produk tertinggi diantara variabel lain yaitu sebesar 2,253.
2. Berdasarkan hasil uji validitas di atas, di peroleh nilai korelasi bermilai positif dengan nilai probabilitas korelasi *Correlated Item-Total Correlation* lebih besar di bandingkan 0,3. Dan ini artinya seluruh item-item variabel dinyatakan valid.
3. Berdasarkan uji reabilitas, diperoleh nilai *cronbach's alpha* () variabel penelitian yaitu keputusan pembelian (72,1), produk (72,3), harga (74,4), lokasi (75,6), promosi (72,2), presentasi (78,9), dan pelayanan (71,3). Nilai *cronbach's alpha* () variabel penelitian > 0,60 yang berarti data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Reliabel.

4. Berdasarkan nilai koefisien regresi linier berganda maka diketahui persamaan
5. $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$. Nilai konstanta (a) sebesar 0,499. Artinya adalah apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka nilai variabel dependen bernilai 1,527. Sedangkan koefisien variabel produk (0,214), harga (0,176), lokasi (0,188), promosi (0,174), presentasi (0,027), dan personal (0,177) bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin nilai dari ke enam variabel tersebut maka keputusan pembelian pada konsumen akan semakin meningkat.
6. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai Adjust R Square sebesar 0,635. Artinya adalah bahwa Sumbangan pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, dan personal terhadap keputusan penjualan adalah sebesar 63.5%. Sedangkan sisanya 36.5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.
7. Berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung (29,675) > F tabel (2,198) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel independen (produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, personal) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).
8. Berdasarkan uji t di peroleh nilai t hitung variabel penelitian yaitu produk (2,253), harga (2,034), lokasi (2,170), promosi (2,026), presentasi (0,536), dan personal (1,993) jika di bandingkan nilai t tabel (1,986). Dari data di atas dapat diketahui bahwa ada satu variabel yang t hitungnya < t tabel, yaitu pada variabel presentasi. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa pada uji t

(parsial) ke enam variabel independen ini tidak seluruhnya mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

6.2. Saran

1. Mengacu pada kesimpulan penulis menyarankan agar mempertahankan pengaruh yang kuat antara produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, dan personal yang mana keenam variabel ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap menciptakan keputusan penjualan yang bagus.
2. Mengacu pada banyaknya sumbangan pengaruh variabel lain dalam penelitian ini, yakni sebesar 36.5%, maka peneliti sarankan untuk menambah variabel lain, yang mana juga mempunyai pengaruh terhadap terciptanya keputusan penjualan yang positif.
3. Memperbanyak jumlah responden dan memperluas cakupan pembagian kuesioner untuk mendapatkan data yang lebih akurat lagi.